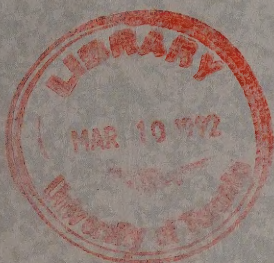
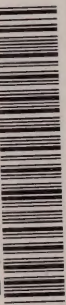


Urban and Intercity Buses

CA1
IST 1
-1991
U63

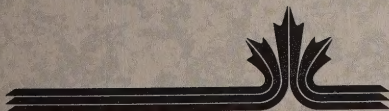
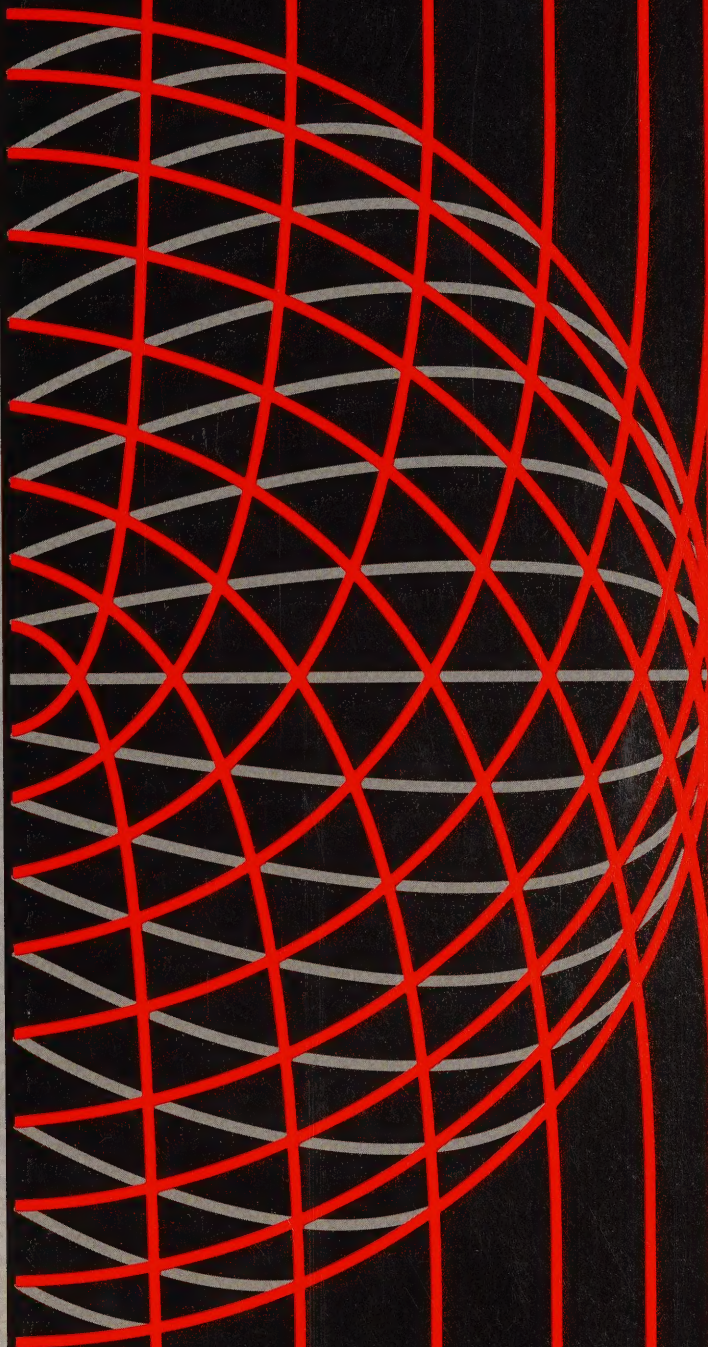
3 1761 11765026 7



Government Publications

I
N
D
U
S
T
R
Y

P
R
O
F
I
L
E



Industry, Science and Technology Canada

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:

Communications Branch
Industry, Science and Technology
Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:

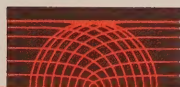
Communications Branch
Industry, Science and Technology
Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

CAI
IST 1
-1991
U63



I N D U S T R Y P R O F I L E

1990-1991

URBAN AND INTERCITY BUSES

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990-1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988-1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

Introduction

The automotive industry in Canada broadly includes the manufacturers both of motor vehicles (passenger cars, trucks, buses and specialty vehicles) and of the parts, tires and tubes that are used as original equipment in the assembly of new motor vehicles as well as for replacement parts and accessories. Most of the industry is rationalized to operate in one market that includes both Canada and the United States.

Automotive activities in 1989 generated slightly over 15 percent of the total shipments of products manufactured in Canada. They accounted for 32.5 percent of all exports of fabricated materials and end products. In 1989, automotive shipments were composed of \$28.1 billion in automobile, truck and bus assembly; \$14.7 billion in parts; \$1.9 billion in specialty vehicles; and about \$1.5 billion¹ in tires and tubes. In the same year, the industry employed 185 200 people.

Of these, 55 500 were involved in assembling automobiles, trucks and buses; 96 500 in parts; 22 700 in specialty vehicles; and about 10 500¹ people worked to manufacture tires and tubes.

This profile deals only with the urban and intercity bus manufacturing industry. In addition to *Urban and Intercity Buses*, industry profiles have been prepared covering

- *Automotive Aftermarket Parts*
- *Automotive Original Equipment Parts*
- *Automotive Tires*
- *Heavy-Duty Trucks*
- *Light Motor Vehicles*
- *Specialty Vehicles*

¹ISTC estimates.



Structure and Performance

Structure

The bus industry consists of manufacturers of two distinct products serving different markets — intercity motor coaches and urban transit buses. Manufacturers of school bus bodies and specialty buses are covered in the *Specialty Vehicles* profile.

In 1989, the bus manufacturing industry employed about 3 200 people and shipped some \$467 million worth of products² (Figure 1). Exports accounted for \$253 million, of which 97 percent went to the United States. Although domestic sources supplied virtually all Canadian bus demand, related imports in 1989 were estimated to be worth about \$105 million, consisting mainly of major components, such as engines, transmissions and axles. These components are sourced primarily in the United States and account for approximately 30 percent of the total cost of producing a bus. Components enter Canada under the conditional duty-free provisions of the Canada-U.S. Automotive Products Trade Agreement (Auto Pact) implemented in 1965. Because the bus industry operates on a rationalized basis in Canada and the United States, it must be examined in a North American context.

There have been practically no exports of finished buses from North America to other countries. The North American bus is generally not suited to conditions in the developing world, as it is too expensive and too difficult to maintain. Most developing countries are capable of manufacturing bus bodies and standard school bus types of vehicles. European intercity coach manufacturers have recently begun to penetrate the U.S. market; however, there have only been a few imports into the Canadian market.

There are five bus manufacturers in Canada: the Quebec-based Prévost Car; the U.S.-owned Motor Coach Industries (MCI), based in Manitoba; Greyhound Canada Inc., based in Quebec; the Dutch-owned New Flyer Industries, based in Manitoba; and Ontario Bus Industries (OBI), with plants in Ontario and New York State. Prévost Car and OBI are closely held Canadian-owned companies.

Because intercity motor coaches and urban transit buses serve different markets, the two subsectors are treated as separate segments of the bus industry.

Intercity Motor Coaches

The Canadian intercity coach subsector consists of MCI's plant in Winnipeg, Manitoba, and Prévost Car, located in Sainte-Claire, Quebec. In 1989, employment was about

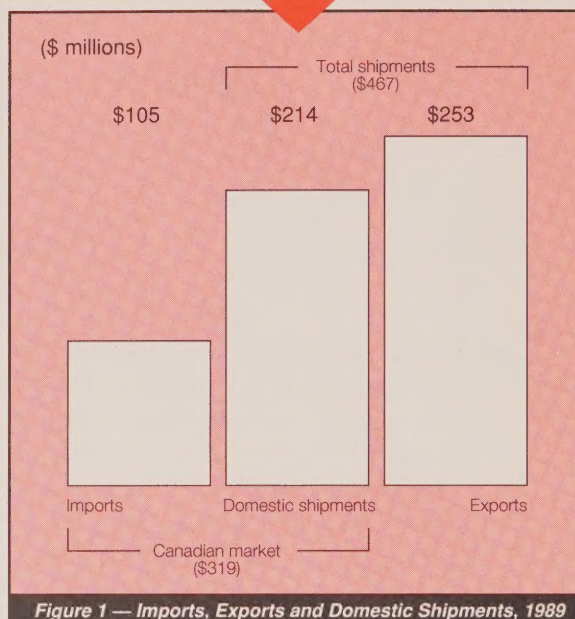


Figure 1 — Imports, Exports and Domestic Shipments, 1989

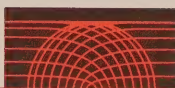
2 000 people. This subsector in Canada accounts for about half of total bus shipments. Approximately 75 to 85 percent of sales are made to the United States.

MCI and its U.S. affiliate, Transportation Manufacturing Corporation (TMC), both wholly owned subsidiaries of the U.S. Dial Corporation, dominate intercity bus production in North America with two-thirds of the market. In 1987, the Dial Corporation (previously the Greyhound Corporation) purchased General Motors' urban bus manufacturing facilities in Canada and the United States, thereby broadening its product base. This purchase made the company the largest manufacturer of both urban and intercity buses in North America.

The MCI intercity bus plant in Manitoba is part of the company's rationalized North American manufacturing operations. The plant produces coach shells valued at about 40 percent of the completely equipped end product. At full capacity, the Winnipeg plant can produce over 1 000 coach shells yearly (using only one work shift). These are shipped to the United States for final assembly and trim. Some of the completed vehicles are then returned for sale into the Canadian market. The other intercity motor coach producer, Prévost Car, has the capacity to produce 400 coaches annually (using one work shift).

Privately owned carriers are the subsector's principal customers. In addition, publicly funded transit operators purchase some highway coaches for their commuter services.

²Data on the industry are not readily available since, under current SIC codes, buses and parts are combined with automotive statistics. Data used in this analysis are therefore derived from company information and should be taken as indicators, not as precise measurements.



In the past, the majority of TMC and MCI sales were to Greyhound Lines, the largest U.S. carrier and an affiliated company, and to smaller intercity carriers. Trailways, the second major U.S. carrier, purchased its buses from Eagle International, which it owned. The status quo changed in 1987 when TMC's and MCI's owner sold Greyhound Lines to GLI Holdings, a Texas-based investor group, but kept TMC and MCI and its Canadian line operations. Soon afterwards, in 1989, GLI Holdings also purchased Trailways and Eagle International. As a result of these transactions, TMC and MCI no longer had privileged access to a major line operator in the United States.

Prévost Car is not affiliated with any carrier. It sells motorcoaches to independent intercity carriers, charter carriers and special-purpose users.

Intercity bus operators have suffered from the growing popularity of air travel; as airfares fell in response to deregulation, so has bus ridership fallen. Greyhound Lines has sold off much of its intercity bus fleet in the last years.

North American demand for intercity buses has fallen, and manufacturers have seen sales and profits drop. For example, Greyhound Lines, now including Trailways, and Eagle International in 1990 filed for protection from creditors under Chapter XI of the U.S. *Bankruptcy Act*. Only the tour bus market in the United States has grown, but competition has increased with the entry of European producers, who have taken up to 20 percent of this market by offering very luxurious models.

Urban Transit Buses

The Canadian urban transit bus subsector is composed of three major companies: Greyhound Canada Inc. in Saint-Eustache, Quebec, a General Motors facility until 1987, with a production capacity of 1 200 units; OBI in Mississauga, Ontario, 600 units; and New Flyer Industries in Winnipeg, Manitoba, 400 units. Employment in all three plants averaged 1 200 workers in 1989.

Publicly funded transit operators in both Canada and the United States are the subsector's main customers. Canadian companies are capable of supplying a variety of product designs, including those for special purposes such as conveying the physically disabled.

The traditional competitors in the United States have been General Motors (now TMC), Flxible, Gillig, and Neoplan. During the 1980s, there was a dramatic shift in the competitive position of the urban transit bus assembly companies in the North American market. In the early 1980s, GM dominated the market with a more than 50 percent share. Currently, Flxible, Neoplan and TMC each appear to have captured a 25 percent share of the North American market. OBI's market share has

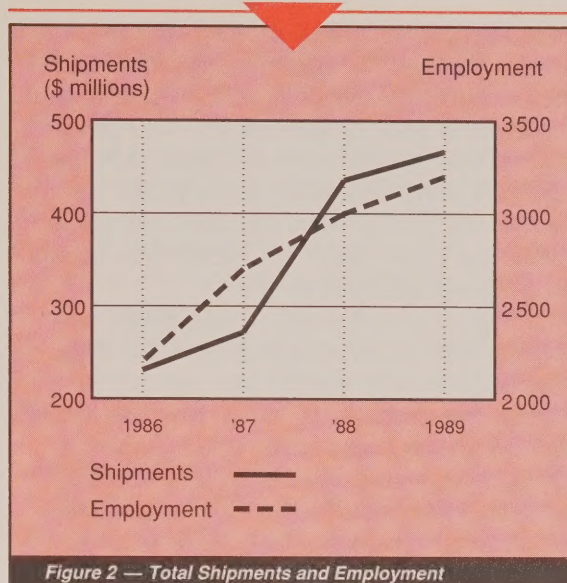


Figure 2 — Total Shipments and Employment

risen to about 15 percent since its inception in 1985. While New Flyer's market share had declined from about 9 percent in the early 1980s, it appears to have recaptured that share by the end of the decade. Since the mid-1980s, nine European producers have entered the market, with most opening U.S. plants to meet the U.S. federal government's "Buy America" requirements (see the "Trade-Related Factors" section). However, the strong competition and a soft market have forced four European companies to close their U.S. plants and exit from the U.S. marketplace.

Performance

The Canadian industry's contribution to North American bus production has been significant (Figure 2). After achieving a 34 percent market share in 1982, Canadian production declined to about 26 percent of North American production between 1983 and 1987; then, because of corporate restructuring, the sector was able to regain its 34 percent market share in 1988 and 1989.

The bus industry in North America produced well below its capacity throughout the 1980s. The reasons for this under-use of facilities are different for the two subsectors, but shifts in demand in the U.S. market have had a very direct and dramatic impact on Canadian production in both.

Intercity Motor Coaches

Deregulation of commuter airlines and railroads in the United States has resulted in increased competition among the participants in the intercity coach subsector. Declining demand for coach services and more effective utilization



of existing equipment have reduced the demand for new coaches. Greyhound, the largest carrier in North America, reduced its fleet by 30 percent in 1985. This action released 1 300 units for rebuilding and resale to other companies.

The North American market for intercity coaches averaged 2 200 units per year through the early 1980s, but declined steadily since 1984 to reach about 1 400 units in 1986 and subsequent years. The Canadian market accounts for approximately 200 units annually.

In spite of the overcapacity and weak demand, new entrants continue to exacerbate the pressure on existing producers. Some manufacturers from Europe, such as Neoplan, have entered the U.S. intercity bus market through their U.S. urban bus manufacturing facilities. This influx of producers in the U.S. market is the combined result of weak European demand and a desire to use surplus urban bus manufacturing capacity in the United States, since production lines to manufacture intercity coaches can be added simply and cheaply.

In spite of attempts by European producers to penetrate the U.S. market, MCI and Prévost Car have managed to keep their traditional share of the North American market. In the early 1980s, production capacity utilization in Canada averaged 75 to 80 percent. Despite the downturn in the market since 1985, both companies have remained profitable. In 1989, Canadian plants were producing at approximately 90 percent of capacity.

Urban Transit Buses

The urban transit bus subsector in North America faces a worse overcapacity situation than the intercity bus subsector. Projections for the growth in use of mass transit systems in U.S. cities by commuters seeking to beat rapidly rising gasoline prices and shortages during the 1970s were overly optimistic. As well, cutbacks in U.S. federal funds for transit systems during the 1980s exacerbated this overcapacity situation. North American demand for urban transit buses has steadily declined over the past decade from a 1980 high of more than 5 000 units to a 1989 level of about 3 100 units. The Canadian market demand is about 200 to 250 units annually. However, current North American capacity for manufacturing urban transit buses remains at an estimated 6 000 units.

Since the small Canadian market cannot support three manufacturers, the industry is highly dependent on the U.S. market. Because of the depressed demand south of the border, the urban transit bus subsector in Canada faced declining production in the early 1980s. However, by 1989, urban transit bus production had increased to 1 200 units from a 1986 level of slightly over 600 units as Canadian companies regained market share.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

In this industry, competitiveness is based on the ability to design and produce a product that meets customer requirements for safety, comfort, durability and efficiency. While these factors are critical, it is also necessary for manufacturers to bring their products to the market at a competitive price.

In product development, the Canadian bus industry is competitive within North America and has developed a lead in certain niche areas. Canadian companies have active programs for research and development (R&D) that have allowed them to bring new products to the market successfully at a time of intense competition. These niche areas or new products include low-floor urban transit buses, articulated urban transit buses and intercity motor coaches, vehicles using alternative fuels and buses for the disabled.

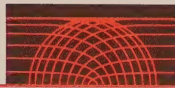
The Canadian bus industry, however, could face a challenge from European competitors established in the United States who appear to have a technological lead in the urban bus subsector. In the intercity motor coach subsector, however, it is the North American producers who have a competitive edge. European intercity motor coach technology is geared to producing luxurious but short-lived vehicles for charter operations that are less able to withstand the harsh climatic conditions and long distances characteristic of the North American market. European producers who are not cost effective now are beginning to adapt their buses to North American operating conditions.

Comparative data indicate that Canadian input costs, including wages, parts, materials, etc., are equivalent to those in the United States. Canadian producers, however, contend that labour costs have become relatively higher than those in the United States in recent years.

Process technology is becoming a more decisive factor as new competitors from Europe continue to exert downward pressure on prices. All Canadian plants are investing in manufacturing technology improvements, which will play an important role in reducing manufacturing costs.

Trade-Related Factors

The 1991 Canadian tariff on buses is 6.3 percent for those imported from the United States and 9.2 percent for those from countries having Most Favoured Nation (MFN) status with Canada. In the United States, the tariff for Canadian as well as MFN imports is 3.1 percent. Tariffs in the European Community average 20 percent. Japan has a zero tariff rate for buses. Most developing countries have tariffs on buses.



Under the terms of the Auto Pact, Canada extends conditional duty-free entry to qualified manufacturers of buses and parts from all countries, subject to certain performance-related requirements. The principal requirements include a production facility in Canada and a specified minimum level of Canadian and American value-added. The United States, on the other hand, restricts duty-free access to buses and original equipment parts originating only in Canada and containing at least 50 percent North American value-added. As all Canadian bus manufacturers meet the requirements, their products enter the United States duty-free. The ability to import components and to export buses free of duty considerably enhances the Canadian manufacturers' price competitiveness.

Although tariffs have not been a major factor in trade between Canada and other developed countries, non-tariff barriers, such as procurement policies favouring local firms or specifications listing special requirements, are a significant impediment to Canadian exports. These barriers, together with strong indigenous industrial capacity, have virtually closed European and Japanese markets to Canadian producers. In the United States, government procurement policies, which apply to federally funded purchases (such as purchases by transit authorities, municipalities, etc.) have been a major barrier to Canadian producers, overriding many of the benefits of the Auto Pact. This is especially the case for companies in the urban transit bus subsector.

In 1978, the United States passed the *Surface Transportation Assistance Act* (STAA). To encourage the acquisition of U.S.-made transit vehicles, "Buy America" provisions contained in the legislation require transit authorities who wish to receive U.S. federal government funding to respect certain conditions calling for U.S. final assembly and a statutory level of U.S. content. These provisions can be waived only under certain stringent conditions.

In 1987, amendments to the legislation under the *Surface Transportation and Uniform Relocation Assistance Act* tightened the "Buy America" provisions. These raise progressively the content requirement from 50 to 60 percent and limit the use of the most common waiver to occasions where the purchase of foreign goods results in a 25 percent or better cost savings, up from 10 percent. Companies already meeting "Buy America" requirements, including the major Canadian suppliers, are not subject to the new local content levels until 1992.

In addition to the above, U.S. procurement legislation and practices commonly set aside many procurement contracts for U.S. small businesses (frequently defined as up to 1 500 employees) and for minority-owned companies.

The Canadian federal government, unlike the U.S. federal government, has no non-tariff trade barriers. Some provincial

governments, however, have their own procurement requirements, which are similar to those of some U.S. states.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), bilateral tariffs on buses are to be phased out in 10 equal, annual steps ending in 1998. The Canadian provisions of the Auto Pact remain unchanged, although only those companies now listed in the FTA are able to participate. Companies participating in Canada must continue to meet Auto Pact performance requirements to retain eligibility for duty-free imports from third countries after tariffs are phased out. Canada has also agreed to end the prohibition on the entry from the United States of used or second-hand buses over a five-year period ending in 1993.

Technological Factors

Canadian companies have been active in the development of new bus designs and have a lead in certain niche areas. All companies have active R&D programs and Canadian producers offer a range of products. Those products include a popular coach design 2.6 metres (8.5 feet) in width, which has become the standard intercity coach size, as well as articulated intercity and urban buses. Also available are products for specific segmented market niches, such as buses using alternative fuels and specialized buses for physically disabled people.

The market for entire buses is stable, so the thrust of future technology will be primarily in the parts segment. Most major innovation is taking place in the high-value-added, high-technology components such as engines, transmissions and axles, where Canada lacks domestic suppliers. R&D work in this country centres on new modular bus designs and on the use of advanced materials. The goal of future R&D efforts by the bus producers will be to increase quality and lower production costs. Development is already under way in the integration of product design and manufacturing. Product design is also focusing on new bus designs to incorporate new engines powered by methanol, propane or compressed natural gas. Major new product introductions, however, have been infrequent and, when they have occurred, the innovations have diffused quickly throughout the industry.

Other Factors

The industry has expressed concern about the relatively higher value of the Canadian dollar in recent periods vis-à-vis the American dollar (Figure 3). On the other hand, under certain economic conditions, it is widely recognized that a significantly lower value is likely to be inflationary. The resulting higher domestic costs and prices can erode, over time, the short-term competitive gains of such a lower-valued dollar.



Evolving Environment

The North American bus industry faces intense competition in what has largely become a replacement market. With a Canadian market too small to support it, the survival of the Canadian bus industry will continue to depend on access to the U.S. market. Several pieces of U.S. legislation, however, will have a significant impact on that market.

The *Americans with Disabilities Act* of 1990 is causing concern for manufacturers because it is not known when it will come into effect and exactly how it will be applied. The Act requires wheelchair accessibility for all new intercity motor coaches as well as urban transit buses and bus stations. A three-year study, to be completed in 1993, is under way by the U.S. government to define how the Act will be implemented. The resulting regulations are expected to significantly increase the cost of a new bus.

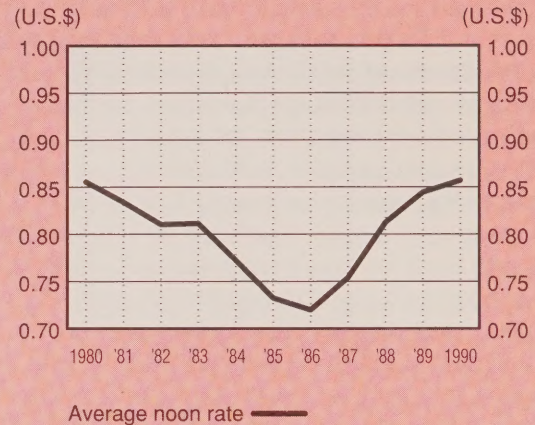
Regulation of vehicle emissions under the *U.S. Clean Air Act*, to take effect in 1993, could cause a dramatic fall in the demand for new buses as transit operators wait for new diesel engines that meet the required emission levels. These engines are not expected to be developed by manufacturers until 1994. Legislation requiring the use of buses that use alternative fuels will also be in effect by 1993. In Canada, emission legislation governing buses is under consideration.

In early 1990, the U.S. Secretary of Transportation announced a National Transportation Plan that involves all segments of public transit. The plan is needed because of the lapse of the *Surface Transportation Assistance Act* of 1964 on 30 September 1991. The Act provides the basic policy and financial focus for the U.S. federal government's role in urban transportation and mobility. Combined with the National Transportation Plan, the renewal and revision of this Act will affect the role of public transit, and consequently the market, well into the next century. The changes will probably also affect funding priorities and reduce subsidy levels to U.S. transit authorities.

The FTA is not expected to have a major impact on this industry in the short to medium term. The removal by 1993 of the Canadian ban on the importation of used buses could have a competitive impact on the intercity motor coach market in Canada by providing a cheaper alternative for Canadian buyers. In the longer term, as tariffs decline, increased competition in the North American market can be expected.

The Internal Market Program of the European Community, commonly known as EC-92, is expected to affect the U.S. bus market by adding to the already severe competitive environment

Canadian dollar in U.S. funds



Source: Bank of Canada.

Figure 3 — Canadian-U.S. Exchange Rates

faced by Canadian manufacturers. Most European countries have extensive production overcapacity, which will probably encourage rationalization and a search for new markets.

The current round of multilateral trade negotiations (MTN), the possibility of a Mexico-U.S.-Canada free trade agreement, and the economic reordering of the Eastern European bloc of countries are not expected to have any significant impact on the Canadian bus manufacturers in the near to medium term.

Intercity Motor Coaches

Deregulation of all aspects of transportation will continue to affect the intercity motor coach market. Among the changes deregulation has fostered is a trend towards wider, more comfortable and luxurious vehicles that can compete against other transit modes. North American bus manufacturers face growing competition from U.S.-based European entrants who have traditionally produced luxurious vehicles and who are now adapting them to the requirements of the North American market. The Chapter XI filing of Greyhound Lines and its bus manufacturing subsidiary, Eagle International, in the United States shows how restructuring of the transportation service sector can affect even the largest carriers.

Deregulation has resulted in the entry of new charterers and small carriers. This situation could present additional opportunities to Canadian manufacturers, who are able to respond to these specialized markets.

"Buy America" provisions are not expected to have a major impact on most firms in this subsector, as only a small percentage of sales of intercity motor coaches are for commuter



or transit services. Nevertheless, some Canadian manufacturers will be unable to sell to these U.S. markets because of these requirements.

Urban Transit Buses

The urban transit bus subsector will continue to operate under conditions of overcapacity, which is aggravated by the building of assembly facilities by the European suppliers in the United States. Demand in Canada and the United States is expected to remain constant at about 3 100 units annually in the short term. In the United States, demand is anticipated to be depressed in the short term because of uncertainties about the continuation of federal financial aid to transit authorities and about environmental and other legislation. In both countries, however, the medium-term outlook is brighter. The urban transit bus fleet serving North American cities is aging and, at some point, new buses will have to be bought. Therefore, demand should increase over the medium term to the level of 350 units per year in Canada and 3 500 units per year in the United States. As this will still be below total North American capacity, continued rationalization of the urban transit bus segment is inevitable.

Other changes taking place in the marketplace will have an impact on how Canadian companies do business. Pressure is being put on U.S. transit authorities to encourage private sector involvement by contracting out the provision of urban and commuter bus service. Private companies or individuals would lease the buses from the municipalities and would be responsible for repairs and maintenance. If this occurs, all bus producers would face a multitude of influential new operators, who would have an impact on purchasing decisions.

In this environment of overcapacity and intense competition, niche market strategies and joint-venture arrangements will become increasingly more important.

As the U.S. "Buy America" requirements become more stringent, Canadian manufacturers will be under greater pressure to increase production in U.S. facilities. All three urban transit bus manufacturers have already opened plants in the United States.

Canadian bus manufacturers have proven their ability to compete in the U.S. market against traditional U.S. suppliers. Canadian strengths lie especially in sales to targeted market segments. Aside from these niche markets, it is expected that Canadian producers will continue to face strong competition in the North American market, both from companies already participating and from overseas producers who may wish to set up North American operations. In a situation of severe North American overcapacity, it is expected that the restructuring of the North American industry will continue. While Canadian manufacturers are expected to remain competitive in the U.S. market, state and federal legislation regarding content levels (e.g., "Buy America" provisions) will challenge Canadian producers of urban buses.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact

Automotive, Urban Transit and Rail Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Urban and Intercity Buses
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-3431
Fax: (613) 952-8088

Competitiveness Assessment

The Canadian urban and intercity bus manufacturers are competitive in the North American marketplace. However, the industry in Canada will continue to depend for its survival on exports to the United States, where non-tariff barriers continue to be a major concern.



PRINCIPAL STATISTICS^a

	1986	1987	1988	1989
Establishments	5	5	5	5
Employment	2 200	2 700	3 000	3 200
Shipments ^b (\$ millions)	231	272	436	467
(units)	935	1 435	1 825	2 335

^aData used in these statistics are ISTC estimates derived from company information. Numbers should be taken as indicators, not as absolutes.

Data prior to 1986 are not available.

^bAverage price per unit decreased since 1986 due to steadily reducing bus specifications reflecting decreases in U.S. federal funding levels.

TRADE STATISTICS

	1986	1987	1988	1989
Exports ^a (\$ millions)	107	143	242	253
Domestic shipments (\$ millions)	124	129	194	214
Imports ^b (\$ millions)	129	83	116	105
Canadian market (\$ millions)	253	212	310	319
Exports (% of shipments)	46	53	55	54
Imports (% of Canadian market)	51	39	37	33

^aExports are finished buses and bus shells.

^bSince 1988, imports consist of completed urban and intercity buses intended for the Canadian market and certain powertrain components.

SOURCES OF IMPORTS^a (% of total value)

	1986	1987	1988	1989
United States	97	95	95	95
Hungary	3	5	5	5

^aFrom the United States: Powertrain components and highway motor coaches. From Hungary: Articulated joint assembly and completely knocked down (CKD) kits for urban buses.



DESTINATIONS OF EXPORTS (% of total value)

	1986	1987	1988	1989
United States	100	100	97	97
Sweden	—	—	3	3

REGIONAL DISTRIBUTION (average over the period 1986 to 1989)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	—	40	20	40	—
Employment (% of total)	—	35	15	50	—

MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
Greyhound Canada Inc.	United States	Saint-Eustache, Quebec (UTB)
Motor Coach Industries Limited	United States	Winnipeg, Manitoba (IMC)
New Flyer Industries Ltd.	Netherlands	Winnipeg, Manitoba (UTB)
Ontario Bus Industries Ltd.	Canada	Mississauga, Ontario (UTB)
Prévost Car Incorporée	Canada	Sainte-Claire, Quebec (IMC)

(IMC) Intercity motor coaches

(UTB) Urban transit buses

INDUSTRY ASSOCIATION

Canadian Urban Transit Association (CUTA)
Suite 901, 55 York Street
TORONTO, Ontario
M5J 1R7
Tel.: (416) 365-9800
Fax: (416) 365-1295



SECTORAL STUDIES AND INITIATIVES

The following study is available from the Canadian Urban Transit Association.

The Transit Supply Sector in Canada

ISTC funded this study in conjunction with the Canadian Urban Transit Association. The report, completed in March 1990, presents a synthesis of the total value of goods and services produced by the transit supply industry.

Printed on paper containing recycled fibres.





Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.

Les fournisseurs du secteur des transports au Canada
ISTC a contribué à la publication de cette étude de concert avec l'Association canadienne du transport urbain. Terminé en mars 1990, ce document présente un sommaire de la valeur totale des biens et services produits par l'industrie des fournisseurs du secteur des transports.

On peut obtenir l'étude suivante à l'Association canadienne du transport urbain.

INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

Association canadienne du transport urbain (ACTU)
55, rue York, bureau 901
TORONTO (Ontario)
M5J 1R7
Tél. : (416) 365-9800
Télécopieur : (416) 365-1295

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE

Nom			Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
(AU) Autobus urbains				
(AI) Autobus interurbains				
Greyhound Canada Inc.	Etats-Unis	Saint-Eustache (Québec) (AU)		
Motor Coach Industries Limited	Etats-Unis	Winnipeg (Manitoba) (AI)		
Les Nouvelles Industries Flyer Ltée	Pays-Bas	Winnipeg (Manitoba) (AU)		
Ontario Bus Industries Ltd.	Canada	Mississauga (Ontario) (AU)		
Prévost Car Incorporée	Canada	Sainte-Claire (Québec) (AI)		

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Établissements (% du total)					Emploi (% du total)
Atlantique	—	40	20	40	—
Québec	—	40	20	40	—
Ontario	—	40	20	40	—
Prairies	—	40	20	40	—
Colombie-Britannique	—	40	20	40	—

RÉPARTITION RÉGIONALE (moyenne de la période 1986-1989)



Suède	—	—	—	3
Etats-Unis	100	100	100	97
	1986	1987	1988	1989

DESTINATION DES EXPORTATIONS (% de la valeur totale)

^a Des États-Unis : composantes de groupes propulseurs et autobus de grandes routes. De Hongrie : joints articulés et ensembles complètement démontés pour autobus urbains.

Hongrie	3	5	5	5
Etats-Unis	97	95	95	95
	1986	1987	1988	1989

PROVENANCE DES IMPORTATIONS (% de la valeur totale)

^a Les exportations renvoient aux autobus finis et aux carrosseries. Depuis 1988, les importations renvoient aux autobus urbains et interurbains finis. Ils sont destinés au marché canadien de même qu'à certaines composantes de groupes propulseurs.

Importations (% du marché canadien)	51	39	37	33
Exportations (% des expéditions)	46	53	55	54
Marché canadien (millions de \$)	253	212	310	319
Importations ^b (millions de \$)	129	83	116	105
Expéditions intérieures (millions de \$)	124	129	194	214
Exportations ^a (millions de \$)	107	143	242	253
	1986	1987	1988	1989

STATISTIQUES COMMERCIALES

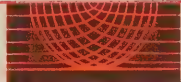
fédéral américain.

^a Les données utilisées dans ces statistiques sont des estimations d'ITC et nous proviennent de renseignements fournis par les entreprises. Elles sont proposées à titre indicatif et non pas à titre absolu. Nous ne disposons pas de données antérieures à 1986.

^b Le prix moyen de l'unité a diminué depuis 1986 à cause des baisses constantes des normes techniques dues aux diminutions des subventions du gouvernement

Expéditions ^b (millions de \$)	231	272	436	467
(unités)	935	1 435	1 825	2 335
Emploi	2 200	2 700	3 000	3 200
Établissements	5	5	5	5
	1986	1987	1988	1989

PRINCIPALES STATISTIQUES^a



des entreprises canadiennes résulte de leur succès sur certains marchés cibles. Hors de ces créneaux, les fabricants canadiens devraient continuer à faire face à une forte concurrence sur le marché nord-américain, concurrence livrée par les entreprises déjà installées sur ce marché et par les fabricants d'outre-mer qui désirent s'implanter en Amérique du Nord. Étant donné la surcapacité de production, la restriction de l'industrie nord-américaine devrait se poursuivre. On s'attend à ce que les fabricants canadiens demeurent compétitifs sur le marché des États-Unis, mais la législation des États et du gouvernement fédéral, notamment la politique d'achat aux États-Unis, présentera un défi pour les producteurs canadiens d'autobus urbains.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, s'adresser à la

Direction générale du transport routier, urbain et ferroviaire
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Autobus urbains et interurbains

OTTAWA (Ontario)

K1A 0H5

Tél. : (613) 954-3431

Télocopieur : (613) 952-8088

Évaluation de la compétitivité

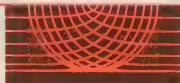
construction aux États-Unis d'installations d'assemblage par les fabricants européens. À court terme, la demande au Canada et aux États-Unis devrait se maintenir à environ 3 100 unités par année. Aux États-Unis, la demande à court terme sera vraisemblablement très faible à cause de l'incertitude concernant le maintien de l'aide financière accordée par le gouvernement aux responsables des transports, et en raison de la législation sur l'environnement et sur diverses autres questions. À moyen terme, la situation est plus prometteuse pour les deux pays. Le parc d'autobus urbains en Amérique du Nord vieillit, ce qui obligera les autorités à acheter de nouveaux véhicules. À moyen terme, donc, la demande devrait augmenter et atteindre 350 unités par année au Canada et 3 500 unités par année aux États-Unis. Comme cette production sera quand même en deçà de la capacité de production nord-américaine, la rationalisation du transport urbain est inévitable.

D'autres transformations se produiront sur le marché et elles influenceront les entreprises canadiennes dans leur façon de faire des affaires. Les commissions de transport américaines subissent des pressions visant à leur faire confier au secteur privé les services d'autobus de ville et de banlieues. Ces entreprises privées ou ces particuliers pourraient louer les autobus des municipalités et assumer la responsabilité des réparations et de l'entretien. Dans semblable éventualité, les fabricants d'autobus feraient face à une multitude de nouveaux transporteurs qui exerceraient une influence sur les décisions d'achat.

Dans un tel contexte de surcapacité de production et de concurrence farouche, les stratégies de créneaux et les contreprises prendront de plus en plus d'importance. À mesure que les exigences de la politique américaine en matière d'achat deviennent plus strictes, les fabricants canadiens subiront plus de pression visant à leur faire augmenter leur production dans des installations situées aux États-Unis. Les trois fabricants canadiens d'autobus urbains ont déjà ouvert des usines aux États-Unis.

Les fabricants canadiens d'autobus urbains et interurbains sont compétitifs sur le marché nord-américain. Cependant, l'industrie canadienne continuera de dépendre pour sa survie de ses exportations vers les États-Unis où les barrières non tarifaires continuent de susciter des préoccupations majeures.

Les fabricants canadiens d'autobus ont prouvé qu'ils pouvaient livrer concurrence aux fournisseurs américains installés de longue date sur le marché américain. La force



terme, à mesure que déclinent les tarifs, il faut s'attendre à un accroissement de la concurrence sur le marché nord-américain.

La libéralisation du commerce international qui précède l'intégration économique de l'Europe (Europe de 1992) affectera le marché américain de l'autobus en rendant la concurrence encore plus vive pour les fabricants canadiens. La plupart des pays européens ont une importante surcapacité de production, ce qui les incitera probablement à la rationalisation et à la recherche de nouveaux marchés. La ronde actuelle des négociations commerciales multilatérales, l'éventualité d'un accord de libre-échange entre les États-Unis, le Mexique et le Canada ainsi que le rétablissement économique du bloc des pays de l'Europe de l'Est n'auront vraisemblablement aucune répercussion marquée sur les fabricants canadiens d'autobus, ni à court ni à moyen terme.

Les autobus interurbains

La déréglementation de tous les aspects des transports continuera d'exercer ses effets sur le marché des autobus interurbains. Parmi les changements provoqués par la déréglementation, il faut mentionner la tendance en faveur de véhicules plus larges, plus confortables et plus luxueux, capables de faire concurrence aux autres moyens de transport. Les fabricants d'autobus nord-américains font face à une concurrence croissante de la part des fabricants européens venus s'établir aux États-Unis; ils ont l'habitude de fabriquer des véhicules luxueux et les adaptent dorénavant aux exigences du marché nord-américain. Le recours au chapitre XI de la loi sur la faillite par Greyhound Lines et sa filiale de fabrication d'autobus, Eagle International, aux États-Unis, montre jusqu'à quel point la restructuration du secteur des services de transport peut toucher même les transporteurs les plus importants.

La déréglementation a permis l'entrée en scène de nouveaux affrêteurs et de petits transporteurs. Il pourrait s'ensuivre de nouvelles occasions favorables pour les fabricants canadiens qui sont en mesure de satisfaire ces marchés spécialisés. Les dispositions de la loi favorisant l'achat aux États-Unis n'auront vraisemblablement aucune conséquence majeure sur les entreprises de ce sous-secteur, puisque un petit pourcentage seulement d'autobus interurbains est destiné à desservir les banlieusards. Néanmoins, certains fabricants canadiens ne pourront pas vendre leurs produits sur les marchés américains visés par ces exigences.

Les autobus urbains

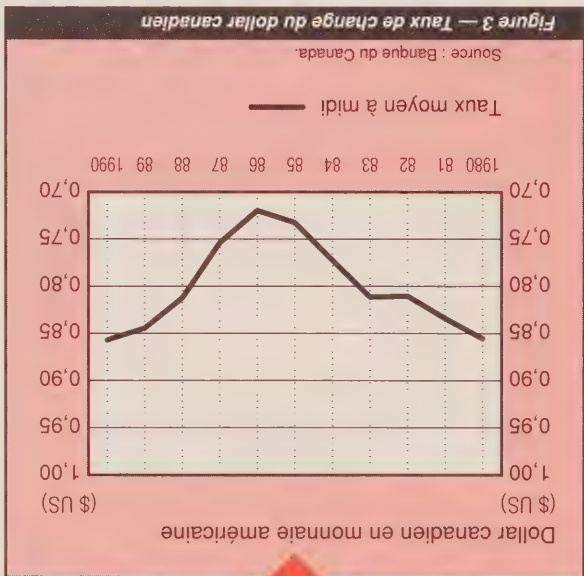
Le sous-secteur des autobus urbains continuera d'accuser une surcapacité de production, aggravée par la

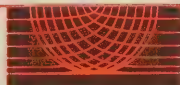
En vertu de la loi américaine sur la pureté de l'air (*Clean Air Act*), qui doit entrer en vigueur en 1993, la réglementation des produits toxiques émanant des véhicules pourrait faire chuter de façon importante la demande de nouveaux autobus alors que les transporteurs attendent les nouveaux moteurs diesel qui respectent les seuils permis d'émissions de gaz. On ne prévoit pas que ces moteurs arriveront sur les marchés avant 1994. En 1993, la loi exigeant l'utilisation d'autobus qui emploient des carburants d'autres types entrera également en vigueur. Au Canada, la législation relative aux émanations est présentement à l'étude.

Au début de l'année 1990, le secrétaire américain aux transports annonçait un plan national sur le transport s'appliquant à tous les secteurs des transports publics. Ce plan est

nécessaire parce que le 30 septembre 1991, le *Surface Transportation Assistance Act*, remontant à 1964, est devenu caduc. Cette loi stipule le rôle et l'engagement financier du gouvernement fédéral américain en matière de transport urbain et de mobilité. Conjugué au plan national de transport, le processus de révision de cette loi touchera les transports publics, et conséquemment le marché du transport, durant plusieurs décennies. Les changements affecteront également les priorités de financement et réduiront les subventions allouées aux responsables des transports publics aux États-Unis.

L'ALÉ n'aura vraisemblablement que peu d'effet sur cette industrie à court et à moyen terme. En 1993, la suppression du règlement interdisant l'importation des autobus d'occasion pourrait accroître la percée des véhicules usagés importés au Canada au détriment des ventes d'unités neuves en offrant des choix moins dispendieux aux acheteurs canadiens. À long





pièces. La plupart des grandes innovations se réalisent dans le domaine des composantes à forte valeur ajoutée et à haute intensité technologique comme les moteurs, les transmissions et les essieux où le Canada manque de fournisseurs intérieurs. Au pays, les travaux de R.-D. se font surtout dans le domaine de la conception de nouveaux véhicules modulaires et de l'utilisation de matériaux de pointe. À l'avenir, l'objectif des travaux de R.-D. effectués par les fabricants d'autobus sera d'améliorer la qualité des produits et de réduire les coûts de production. Il y a déjà du progrès dans l'intégration des nouvelles conceptions au plan de la fabrication. Les concepteurs se penchent également sur la possibilité d'adopter les moteurs au méthanol, au propane ou au gaz naturel comprimé. Les innovations majeures en ce domaine sont peu fréquentes, mais lorsqu'il y en a, elles se répandent rapidement au sein de l'industrie.

Autres facteurs

L'industrie a exprimé son inquiétude face au niveau relativement élevé, ces derniers temps, du dollar canadien par rapport au dollar américain (figure 3). Par ailleurs, on reconnaît généralement que, dans certaines conditions économiques, une baisse sensible du dollar canadien aurait probablement un effet inflationniste. La hausse des prix et des coûts qui en découlerait sur le marché intérieur pourrait, avec le temps, annuler les avantages concurrentiels à court terme fournis par une telle baisse du dollar.

Évolution du milieu

L'industrie nord-américaine des autobus fait face à une rude concurrence sur un marché devenu essentiellement un marché de remplacement. Étant donné que le marché intérieur est trop limité pour assurer sa rentabilité, l'avenir de cette industrie canadienne dépendra de son accès au marché américain. Plusieurs lois américaines auront donc une incidence importante sur ce marché.

En 1990, les Américains ont adopté une loi sur les personnes handicapées (*Americans with Disabilities Act*). Cette loi préoccupe les fabricants parce que l'on ne sait pas quand elle entrera en vigueur ni comment elle sera appliquée. Cette loi exige que tous les nouveaux autobus interurbains soient en mesure d'accueillir des personnes en chaise roulante; il en va de même pour les autobus urbains et pour les terminus d'autobus. Le gouvernement américain procède actuellement à une étude d'une durée de trois ans. Elle prendra fin en 1993 et établira les modalités de mise en vigueur de la loi. On s'attend à ce que les règlements fassent augmenter de façon substantielle le prix des nouveaux autobus.

renforcé les dispositions de la politique d'achat aux États-Unis. Ces dispositions augmentent progressivement le niveau du contenu requis de 50 à 60 % et resserrent le recours à l'utilisation de la renonciation la plus générale, celle-ci étant maintenant limitée aux occasions où l'économie accordée à l'acheteur sera de 25 %, au lieu de 10 %. Par ailleurs, les entreprises qui respectent déjà les exigences d'achat aux États-Unis, y compris les principaux fournisseurs canadiens, ne seront pas assujetties à ces nouveaux niveaux de contenu local avant 1992.

En plus des conditions soulignées ci-dessus, la législation et les pratiques d'achat du gouvernement américain lui permettent normalement de réserver une grande partie des contrats aux petites entreprises américaines (d'habitude celles qui n'emploient pas plus de 1 500 personnes) et aux entreprises de propriété minoritaire.

Contrairement au gouvernement fédéral des États-Unis, le gouvernement canadien n'impose pas de barrières commerciales non tarifaires. Cependant, certains gouvernements provinciaux ont leurs propres politiques en matière d'achat, celles-ci étant similaires à celles de certains États américains. Aux termes de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), les tarifs bilatéraux sur les autobus seront éliminés en 10 étapes annuelles et égales d'ici 1998. Les dispositions canadiennes du Pacte de l'automobile restent en vigueur, mais seule la participation des entreprises désignées dans l'ALE sera autorisée. Après l'élimination des tarifs, les entreprises canadiennes participantes devront continuer de se conformer aux exigences de rendement stipulées dans le pacte pour demeurer admissibles à l'importation en franchise des marchandises de pays tiers. Le Canada s'est aussi engagé à éliminer l'interdiction d'entrée des autobus d'occasion provenant des États-Unis, sur une période de cinq ans se terminant en 1993.

Facteurs technologiques

Les entreprises canadiennes ont été très actives dans le domaine de la création de nouveaux concepts pour les autobus et elles se sont taillé une place de choix dans certains créneaux. Toutes les entreprises ont des programmes de R.-D. et les producteurs canadiens offrent un grand éventail de produits dont un autobus très populaire de 2,6 mètres de largeur (8,5 pi), ce qui constitue désormais la norme pour les autobus interurbains et les autobus semi-remorques urbains et interurbains. Mentionnons également les autobus utilisant différents types de carburants et les autobus à usages spéciaux, comme les véhicules pour le transport des personnes handicapées.

Le marché pour les autobus est stable. L'avenir de la technologie réside donc principalement dans le secteur des

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Dans cette industrie, la concurrence se fonde sur la capacité de concevoir et de produire un véhicule qui réponde aux exigences du client en matière de sécurité, de confort, de durabilité et d'efficacité. Ces facteurs sont critiques, mais les fabricants doivent encore écouler sur le marché des produits à des prix concurrentiels.

Compétitive sur les marchés nord-américains en ce qui concerne le développement de produits, l'industrie canadienne des autobus a su s'imposer dans certains créneaux. Grâce à des programmes de recherche et de développement (R-D.) actifs, les entreprises canadiennes ont lancé avec succès de nouveaux produits à une époque de concurrence très serrée. Ces créneaux ou ces nouveaux produits comprennent les autobus urbains à planchers bas, les autobus semi-remorques urbains et intérieurs, les véhicules pouvant utiliser de nouveaux carburants et les autobus pour personnes handicapées.

Cependant ces entreprises canadiennes pourraient avoir à faire face à la concurrence des fabricants européens établis aux États-Unis, qui semblent détenir une nette avance technologique dans le sous-secteur des autobus urbains. Dans le sous-secteur des autobus interurbains, ce sont les producteurs nord-américains qui sont les chefs de file. Les techniques européennes de construction d'autobus interurbains visent à construire un autobus de luxe, pour services d'affrètement, mais dont la durée de vie est plus courte; ce genre de véhicule n'est pas rentable pour les transporteurs d'Amérique du Nord, où les trajets sont plus longs et le climat plus rude. Par conséquent, les fabricants européens, dont les opérations ne sont pas rentables actuellement, commencent à adapter leurs véhicules aux conditions nord-américaines.

Des données comparatives indiquent que les prix de revient des fabricants canadiens, y compris les salaires, les pièces et les matériaux, sont équivalents à ceux des concurrents américains. Cependant les fabricants canadiens considèrent que, depuis quelques années, leurs coûts de main-d'œuvre sont relativement plus élevés qu'aux États-Unis. Les procédés technologiques deviennent un facteur plus important au fur et à mesure que de nouveaux concurrents européens continuent à exercer des pressions à la baisse sur les prix. Toutes les usines canadiennes font des investissements dans les nouvelles techniques de fabrication, ce qui contribuera de façon substantielle à réduire les coûts de fabrication.

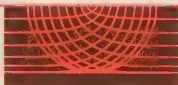
Facteurs liés au commerce

En 1991, les tarifs canadiens imposés sur les autobus sont de 6,3 % pour les véhicules provenant des États-Unis,

et de 9,2 % pour ceux qui proviennent des pays jouissant du statut de nation la plus favorisée (NPF). Aux États-Unis, ce tarif est de 3,1 %, tant pour le Canada que pour les nations jouissant d'un statut de nation la plus favorisée. Les tarifs imposés par la Communauté européenne (CE) s'élèvent à 20 % en moyenne. Le Japon n'impose pas de tarifs pour les autobus, mais la plupart des pays en développement le font. Aux termes du Pacte de l'automobile, le Canada permet l'entrée conditionnelle en franchise de douane des produits de fabricants d'autobus et de pièces de tous les pays, sous réserve de certaines exigences de rendement. Parmi les principales exigences, il faut mentionner des installations de production au Canada et un niveau minimum déterminé de valeur ajoutée canadienne et américaine. D'autre part, les États-Unis limitent l'entrée en franchise aux autobus et aux pièces de rechange qui proviennent du Canada seulement et qui contiennent au moins 50 % de valeur ajoutée nord-américaine. Comme tous les fabricants canadiens d'autobus satisfont à ces exigences, leurs véhicules entrent aux États-Unis en franchise. La possibilité d'importer des composantes et d'exporter des autobus en franchise améliore considérablement la compétitivité des fabricants canadiens.

Les tarifs douaniers ne jouent pas un grand rôle dans le commerce entre le Canada et les autres pays industriels, mais les barrières non tarifaires comme les politiques officielles d'achat favorisant les entreprises locales ou les spécifications énumérant des exigences spéciales constituent un obstacle important aux exportations canadiennes. Conjuguées à une forte capacité industrielle locale, ces barrières ont presque fermé les marchés européen et japonais aux producteurs canadiens. Dans le cas des États-Unis, la politique officielle d'achat, qui s'applique aux achats financiers par le gouvernement fédéral (notamment les achats faits par les commissions de transport en commun, les municipalités, etc.), a beaucoup nui aux fabricants canadiens; cette politique a annulé un grand nombre d'avantages découlant du Pacte de l'automobile, surtout pour les entreprises du sous-secteur des autobus urbains.

En 1978, le gouvernement américain a adopté la *Surface Transportation Assistance Act* (STAA). Afin d'encourager l'acquisition des véhicules urbains fabriqués aux États-Unis, les dispositions en matière d'achat aux États-Unis découlant de cette législation exigent que les responsables des transports publics voulant recevoir de l'aide financière du gouvernement fédéral américain respectent certaines conditions exigeant la finition des véhicules aux États-Unis ainsi qu'un niveau statutaire de contenu américain. Les responsables ne pourront renoncer aux dispositions sauf dans certaines conditions rigoureuses. En 1987, les modifications apportées à la *Surface Transportation and Uniform Relocation Assistance Act* ont



Rendement

L'apport du secteur canadien à l'industrie de l'autobus en Amérique du Nord est important (figure 2). La part qu'occupaient les producteurs canadiens sur le marché nord-américain était de 34 % en 1982; elle a chuté à 26 % entre 1983 et 1987. Toutefois, à la suite de la restructuration des entreprises, les producteurs canadiens ont retrouvé en 1988 et 1989 la part de 34 % qu'ils détenaient antérieurement sur ce marché.

Au cours des années 1980, la production nord-américaine d'autobus était bien inférieure à la capacité de l'industrie. Les raisons d'une telle sous-utilisation des installations ne sont pas les mêmes pour les deux sous-secteurs. Mais les fluctuations de la demande sur le marché américain ont eu une incidence directe et très prononcée sur les deux sous-secteurs de la production canadienne.

Les autobus interurbains

La déréglementation des secteurs aérien et ferroviaire aux États-Unis a eu pour effet d'accroître la concurrence parmi les sociétés du sous-secteur des autobus interurbains. La baisse de la demande de services d'autobus de même que l'utilisation plus efficace de l'équipement ont réduit la demande d'autobus neufs. Greyhound, le transporteur le plus important d'Amérique du Nord, a réduit son parc de 30 % en 1985. Cette décision a eu pour résultat de mettre sur le marché 1 300 unités pour rénovation ou revente à d'autres entreprises.

Le marché nord-américain des autobus interurbains a produit une moyenne de 2 200 unités par année au début des années 1980, mais, depuis 1984, la production a chuté régulièrement et a été d'environ 1 400 unités en 1986 et les années suivantes. Le marché canadien est d'environ 200 unités par année.

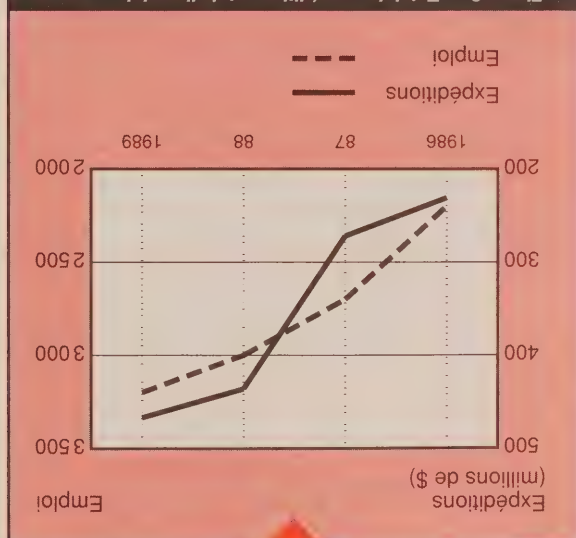
En dépit de la surcapacité de la production et de la faible demande, les nouveaux entrepreneurs continuent d'intensifier la pression qui s'exerce sur les entreprises existantes. Certains fabricants européens, comme Neoplan, se sont installés sur le marché américain des autobus interurbains grâce à leurs usines américaines de fabrication d'autobus urbains. Cette arrivée de nombreux fabricants étrangers sur le marché américain est consécutive au ralentissement de la demande en Europe et au désir d'utiliser la capacité excédentaire de production d'autobus urbains des États-Unis, car il est facile et peu coûteux d'y ajouter de nouvelles chaînes de production d'autobus interurbains. Malgré les tentatives des fabricants européens pour percer le marché des États-Unis, MCI et Prevost Car ont réussi à conserver leur part du marché nord-américain.

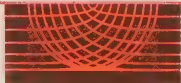
Les autobus urbains

En Amérique du Nord le sous-secteur des autobus urbains connaît une surcapacité de production plus importante que celle du sous-secteur des autobus interurbains, en raison des prévisions de croissance trop optimistes formulées pour les transports en commun dans les grandes villes américaines durant la crise pétrolière des années 1970. La réduction des subventions fédérales américaines aux transports en commun pendant les années 1980 a aggravé la situation. La demande nord-américaine d'autobus urbains a constamment décliné au cours de la dernière décennie : elle atteignait un sommet de 5 000 unités en 1980, alors qu'en 1989, le niveau se situait à environ 3 100 unités. La demande sur le marché canadien est de 200 à 250 unités par année. Cependant, la capacité nord-américaine de production d'autobus urbains demeure à un niveau évalué à 6 000 unités.

Comme le petit marché canadien ne peut faire vivre trois fabricants, le secteur est fortement dépendant du marché américain. Étant donné que la demande diminue aux États-Unis, le sous-secteur canadien de l'autobus urbain a dû faire face à une chute de la production au début des années 1980. Cependant, les entreprises canadiennes regagnaient progressivement une meilleure part du marché : la production qui était d'un peu plus de 600 unités en 1986 a atteint 1 200 unités, en 1989.

Figure 2 — Total des expéditions et de l'emploi





La demande d'autobus interurbains en Amérique du Nord a chuté, et les fabricants ont vu baisser leurs ventes et leurs profits. Ainsi, en 1990, Greyhound Lines (incluant aujourd'hui Trailways) et Eagle International ont déposé une demande de protection contre leurs créanciers en vertu du chapitre XI de la loi américaine sur la faillite. Seul le marché américain des voyages notifiés par autobus a augmenté, mais la concurrence s'est également resserrée à cause de la pénétration des producteurs européens qui ont conquis jusqu'à 20 % de ce marché en offrant des autobus très luxueux.

Les autobus urbains

Le sous-secteur canadien des autobus urbains regroupe trois sociétés : Greyhound Canada, de Saint-Eustache (Québec), installation ayant appartenu à General Motors jusqu'en 1987, dont la capacité de production s'élève à 1 200 unités; OBI, de Mississauga (Ontario), qui a une capacité de production de 600 unités; et Les Nouvelles Industries Flyer, de Winnipeg (Manitoba), dont la capacité de production est de 400 unités. En 1989, ces trois usines employaient en moyenne 1 200 travailleurs.

Tant au Canada qu'aux États-Unis, les principaux clients des fabricants d'autobus urbains sont les services publics de transport en commun. Les producteurs canadiens peuvent fournir une variété de véhicules, y compris les véhicules servant à des fins particulières, comme au transport des personnes handicapées.

Depuis longtemps, les concurrents américains

sont General Motors (maintenant TMC), Fixible, Gillig et Neoplan. Durant les années 1980, il s'est produit une évolution rapide au sein des entreprises d'assemblage d'autobus urbains dans le marché nord-américain. Au début de cette décennie, GM dominait le marché à plus de 50 %. Présentement, Fixible, Neoplan et TMC semblent détenir chacune 25 % du marché nord-américain. La part du marché d'OBI a atteint environ 15 % depuis ses débuts en 1985. Alors que la part du marché des Nouvelles Industries Flyer a diminué par rapport à la portion de 9 % qu'elle détenait au début des années 1980, il semble qu'elle ait retrouvé son marché vers la fin de la décennie. Depuis le milieu des années 1980, neuf producteurs européens ont pénétré le marché, la plupart d'entre eux ouvrant des usines américaines afin de respecter les exigences du gouvernement américain (voir la section consacrée aux Facteurs liés au commerce) en matière d'achat aux États-Unis (Buy America). Cependant, une concurrence serrée et un marché mou ont forcé quatre sociétés européennes à fermer leurs usines américaines et à quitter les États-Unis.

à part entière de la société américaine Dial Corporation, dominent le secteur de la fabrication des autobus interurbains en Amérique du Nord; elles détiennent les deux tiers du marché. En 1987, Dial Corporation (autrefois Greyhound Corporation) achetait les installations canadiennes et américaines de fabrication d'autobus urbains de la General Motors, cette entreprise le plus important fabricant d'autobus urbains et interurbains d'Amérique du Nord.

Dans le cadre de la rationalisation de ses opérations en Amérique du Nord, la MCI a installé une usine de fabrication d'autobus interurbains au Manitoba. Cette usine produit des carrosseries d'autobus qui comptent pour 40 % environ de la valeur d'un autobus. Lorsqu'elle fonctionne à pleine capacité, avec un seul quart de travail, l'usine de Winnipeg peut fabriquer plus de 1 000 carrosseries par année. Ces carrosseries sont expédiées aux États-Unis pour le montage et la finition. Un certain nombre des véhicules finis sont ensuite vendus sur le marché canadien. L'autre fabricant d'autobus interurbains, Prevost Car Inc., a la capacité de produire 400 véhicules par année, utilisant lui aussi un seul quart de travail.

Les principaux clients de ce sous-secteur sont des transporteurs du secteur privé. En outre, les services publics de transport achètent un certain nombre d'autobus pour leurs propres services de banlieues. Dans le passé, la majeure partie des ventes des sociétés TMC et MCI étaient réalisées auprès de Greyhound Lines, le plus grand transporteur américain (tout en étant une société affiliée) et des transporteurs interurbains de moindre envergure. La société Trailways, le deuxième transporteur américain, achetait ses autobus de la société Eagle International, dont elle était propriétaire. Mais cette situation a changé lorsqu'en 1987 le propriétaire de TMC et MCI a vendu Greyhound Lines à GLL Holdings, groupe d'investisseurs du Texas, mais est demeuré propriétaire de TMC et MCI et de ses opérations canadiennes. Peu après, en 1989, GLL Holdings s'est également porté acquéreur de Trailways et Eagle International. En raison de ces transactions, TMC et MCI perdaient leur accès privilégié à un des transporteurs majeurs des États-Unis. N'étant affiliée à aucun transporteur, la société Prevost vend ses produits à des transporteurs interurbains indépendants, à des affrèteurs et à certains utilisateurs de services spéciaux.

Les fabricants d'autobus interurbains ont subi les effets de la popularité grandissante du transport aérien. La déréglementation a provoqué une baisse du prix des billets d'avion, et le nombre de personnes prenant l'autobus a également diminué. Greyhound Lines a vendu une grande partie de son parc d'autobus interurbains ces dernières années.

² On ne peut obtenir facilement de statistiques sur cette industrie. Aux termes des codes actuels de la C.T.I., les autobus et les pièces sont inclus dans les statistiques de l'automobile. Les données de la présente analyse proviennent des entreprises de ce secteur, et ne sont citées qu'à titre indicatif.

Aux fins de ce document, l'industrie des autobus regroupe les fabricants de deux types de véhicules distincts et les autobus interurbains. Les autobus urbains desservant deux marchés différents : les autobus urbains à usages spéciaux sont compris dans le profil intitulé *Véhicules à usages spéciaux*.

En 1989, le secteur de la fabrication des autobus employait environ 3 200 personnes et ses expéditions étaient de l'ordre de 467 millions de dollars² (figure 1). Les exportations étaient évaluées à 253 millions de dollars, dont 97 % étaient destinées aux États-Unis. Bien que la production canadienne de ce genre de véhicules satisfasse presque entièrement le marché intérieur, on évalue les importations qui s'y relaient en 1989 à environ 105 millions de dollars, ce qui comprend surtout certaines pièces majeures, comme les moteurs, les transmissions et les essieux. Ces composantes sont fabriquées principalement aux États-Unis et comptent pour environ 30 % du coût de fabrication d'un autobus. Elles entrent en franchise au Canada, sous condition, en vertu du Pacte de l'automobile de 1965. Comme le secteur de l'autobus a une structure rationalisée pour le Canada et les États-Unis, il faut le considérer dans le contexte nord-américain.

Le commerce d'autobus finis est presque inexistant entre l'Amérique du Nord et les autres pays. En général, les autobus nord-américains ne conviennent pas aux pays en développement, car ces véhicules sont trop coûteux et trop difficiles à entretenir. La plupart des pays en développement sont en mesure de fabriquer des carrosseries d'autobus et des autobus scolaires ordinaires. Les fabricants européens

Les autobus interurbains

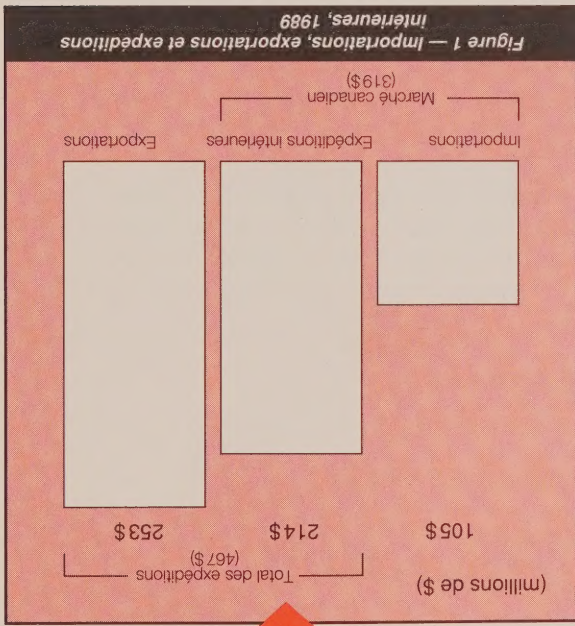
Le sous-secteur canadien des autobus interurbains comprend l'usine MCI de Winnipeg (Manitoba) et l'usine Prevost Car de Sainte-Claire (Québec). En 1989, elles employaient environ 2 000 personnes. Ce sous-secteur canadien compte pour environ la moitié des expéditions totales d'autobus. Environ 75 à 85 % des ventes sont dirigées vers les États-Unis.

MCI et Transportation Manufacturing Corporation (TMC), sa société américaine affiliée, toutes deux filiales

d'autobus interurbains commencent maintenant à pénétrer le marché américain, mais ils n'ont que peu exporté de leur produits au Canada.

Au Canada, il existe cinq fabricants d'autobus : la société Prevost Car, installée au Québec; la société américaine Motor Coach Industries (MCI), installée au Manitoba; Greyhound Canada Inc., au Québec; Les Nouvelles Industries Flyer, une société hollandaise installée au Manitoba; et la cinquième est Ontario Bus Industries (OBI), installée en Ontario et dans l'État de New York. Prevost et Ontario Bus sont des sociétés canadiennes fermées.

Comme les autobus interurbains et les autobus urbains desservent des marchés différents, les deux sous-secteurs sont traités de façon distincte.



Structure et rendement

- Véhicules à usages spéciaux
- Automobiles
- Camions lourds
- Pneus
- Pièces d'origine pour automobiles
- Pièces de rechange pour automobiles

Le présent profil s'intéresse uniquement à l'industrie de la fabrication des autobus urbains et interurbains. Nous publions également les profils suivants :

AUTOBUS URBAINS ET INTERURBAINS

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à l'industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990-1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988-1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
 Michael H. Wilson
 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
 et ministre du Commerce extérieur

Introduction

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne de l'automobile regroupe les fabricants de véhicules automobiles (voitures, camions, autobus et véhicules à usages spéciaux) ainsi que les fabricants de pièces, y compris les pneus et les chambres à air d'origine ou de rechange. La majeure partie de l'industrie de l'automobile est structurellement conçue en vue d'un seul marché qui comprend à la fois le Canada et les États-Unis.

En 1989, le secteur de l'automobile représentait un peu plus de 15 % de l'ensemble des expéditions de produits manufacturés au Canada. Il équivalait à 32,5 % des exportations de produits manufacturés et de produits

finis. En 1989, les expéditions du secteur de l'automobile comprenaient 28,1 milliards de dollars pour le montage des automobiles, des camions et des autobus, 14,7 milliards pour les pièces de rechange, 1,9 milliard pour les véhicules à usages spéciaux et environ 1,5 milliard pour les pneus et les chambres à air. Au cours de la même année, cette industrie employait 185 200 personnes. De celles-ci, 55 500 travaillaient au montage des automobiles, des camions et des autobus, 96 500 travaillaient à la fabrication des pièces, 22 700 à la fabrication des véhicules à usages spéciaux et environ 10 500 d'entre elles travaillaient à la fabrication des pneus et des chambres à air.

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8960
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél.: (709) 772-1STC
Télécopieur: (709) 772-5093

Ile-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Ile-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél.: (902) 566-7400
Télécopieur: (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5^e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél.: (902) 426-1STC
Télécopieur: (902) 426-2624

Manitoba

330, avenue Portage, 8^e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél.: (204) 983-1STC
Télécopieur: (204) 983-2187

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4^e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél.: (416) 973-1STC
Télécopieur: (416) 973-8714

Québec

Assumption Place
770, rue Main, 12^e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél.: (506) 857-1STC
Télécopieur: (506) 857-6429

Nouveau-Brunswick

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4^e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél.: (306) 975-4400
Télécopieur: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél.: (403) 495-1STC
Télécopieur: (403) 495-4507

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél.: (604) 666-0266
Télécopieur: (604) 666-0277

Administration centrale de CEC

Infoexport
Edifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél.: (613) 993-6435
1-800-267-8376

Administration centrale d'ISTC

Precambrian Building
10^e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél.: (403) 920-8568
Télécopieur: (403) 873-6228

Territoires du Nord-Ouest

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél.: (403) 668-4655
Télécopieur: (403) 668-5003

Yukon

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'Industrie :

Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél.: (613) 954-4500
Télécopieur: (613) 954-4499

Pour les autres publications d'ISTC :

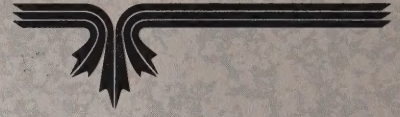
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél.: (613) 954-5716
Télécopieur: (613) 954-6436

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :

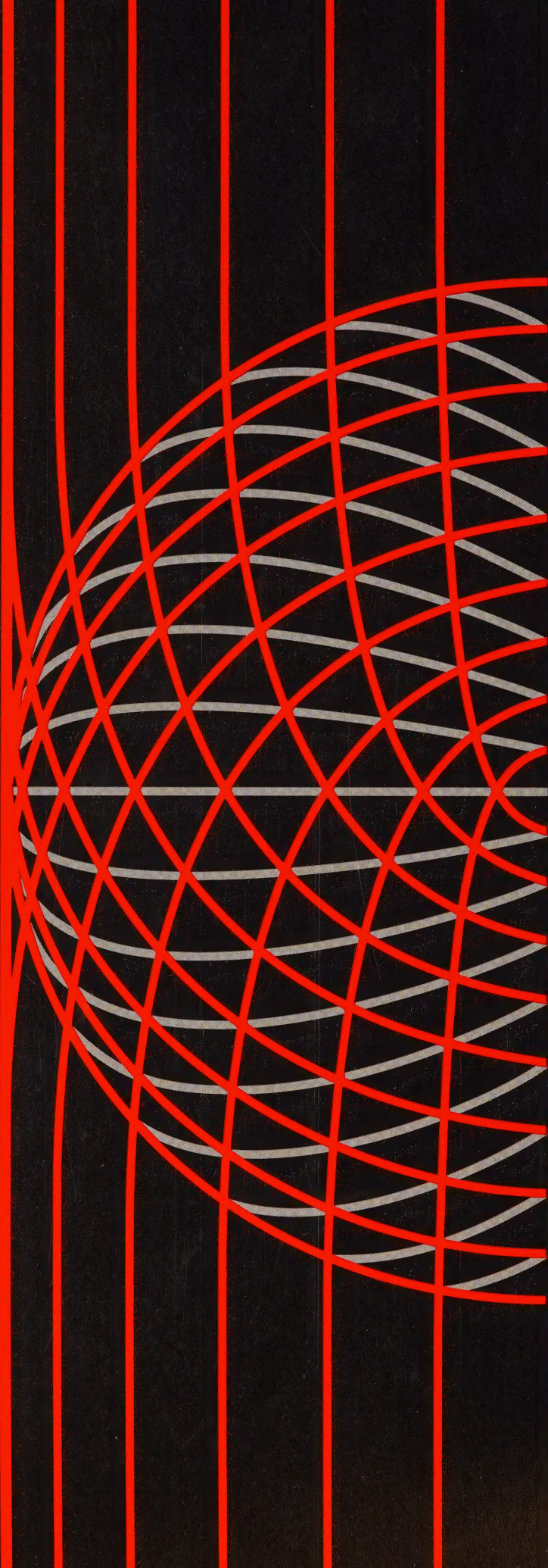
Infoexport
Edifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur: (613) 996-9709

Canada

Autobus urbains et interurbains



Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada



P R O F I L D E L ' I N D U S T R I E